



Sosial Politik Humaniora

<http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/> aristo@umpo.ac.id

Penerimaan Khalayak Terhadap Tayangan Infotainment Tentang Fenomena Artis Lepas Jilbab (Studi Pada Mahasiswi Muslimah di Malang Berdasarkan Kelompok Sosial)

Winda Hardyanti

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Malang

Jalan Raya Tlogomas No. 246, Tlogomas, Lowokwaru, Babatan, Tegalondo, Kec. Karang

Ploso, Kota Malang, Jawa Timur 65144

winda@umm.ac.id

Abstract

The phenomenon of the artist off the Veil in some time ther last became a topic of conversation in the media, was no exception in the television media. One of celebrity in Indonesia, Rina Nose, suddenly took off the veil she has been wearing the last few years. Impressions of infotainment offers the meaning that action ther is Nose Rina action is sad or concern. Based on these problems, researchers want to find out what kind of audience acceptance against the related phenomenon of infotainment news footage off the headscarf artist Rina Nose. There are a lot of messages that are displayed through related cases Rina infotainment news Nose. Number of messages cannot be removed from the question of the multiplicity of viewpoints used media. The message has more than one potential readings. Through ther study researchers will be able to find out where the audience has a dominant hegemonic position, negotiated reading and oposisional, where the designation cannot be separated from the background to the life of each subject research. This research uses the research methods analysis of reception using the qualitative approach with in-depth interview data collection techniques. Ther research is expected to be able to give a new perspective on development-related issues of the current mass media through a scientific approach. Impressions of infotainment construct women who take off Jilbab with negative construction. The results of ther research are found subject CP (veiled non cottage) and BN (veiled-off veil-veiled again) belonging to the dominant hegemonic subject reading, DR. (not veiled) included in the oppositional reading and IM subjects (off the veil) including negotiated reading for refusing. Decisions they refuse/accept/agree/disagree against the concept of meaning offered by media influenced by their background educational background in religious families, the experience of living in a veiled and the influence of peer group them. Based on the results of the research it is known that audiences receive the concept of the artist off the Jilbab in a variety of types of acceptance. The subject that comes from a group of veiled non pondok pesantren and a subject that never had the experience of taking off the veil before masukd in the dominant hegemonic category is influenced by the background of religious education in a family that was good enough and too influenced by experiences/mistakes of her jilbab. While the subject of the entry in the category of oppositional reading are those who reject the concept of social group comes from the infotainment not veiled because he considered that her experiences during ther time is not a problem although not veiled Muslim women. While the subject of the entry category negotiated reading is a subject that includes Muslim social group but is experiencing the same phenomenon with artist Rina Nose. The subject was influenced by her background as a person who has the principle of free and tend to be liberal.

Keywords: Audience, Infotainment News, Receptional Analysis

Abstrak

Fenomena artis lepas jilbab dalam beberapa waktu terakhir ini menjadi sebuah topik pembicaraan di media, tak terkecuali di media televisi. Salah satu fenomena itu adalah Rina Nose yang secara tiba-tiba melepas Jilbab yang telah ia kenakan beberapa tahun terakhir. Tayangan infotainment menawarkan makna bahwa tindakan Rina Nose ini adalah tindakan yang miris atau memprihatinkan. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti ingin mengetahui seperti apa penerimaan khalayak terhadap tayangan berita infotainment terkait fenomena lepas jilbab artis Rina Nose ini. Ada banyak pesan yang ditampilkan melalui berita infotainment terkait kasus Rina Nose ini. Banyaknya pesan tak bisa dilepaskan dari persoalan banyaknya sudut pandang yang digunakan media. Pesan memiliki lebih dari satu potensi pembacaan. Melalui penelitian ini peneliti akan bisa mengetahui mana saja khalayak yang memiliki posisi hegemonic dominant, negotiated reading dan oposisional. Penelitian ini menggunakan metode penelitian resepsi analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengembangan perspektif baru terkait isu-isu media massa terkini melalui pendekatan yang ilmiah. Tayangan infotainment mengkonstruksi perempuan yang melepas jilbab dengan konstruksi yang negatif. Hasil penelitian ini adalah ditemukan subyek CP (berjilbab non pondok) dan BN (berjilbab-lepas jilbab-berjilbab lagi) termasuk ke dalam dominant hegemonic reading, subyek DR (tidak berjilbab) termasuk dalam oppositional reading dan subyek IM (lepas jilbab) termasuk negotiated reading karena menolak. Keputusan mereka menolak/menerima/sepakat/tidak sepakat terhadap konsep makna yang ditawarkan oleh media dipengaruhi oleh latar belakang mereka yakni latar belakang pendidikan religi di keluarga, pengalaman hidup dalam berjilbab dan pengaruh dari peer group mereka. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa khalayak menerima konsep artis lepas jilbab dalam berbagai macam jenis penerimaan. Subjek yang berasal dari kelompok berjilbab non pondok dan subjek yang pernah mengalami pengalaman melepas jilbab sebelumnya masuk dalam kategori hegemonic dominant dipengaruhi oleh latar pendidikan agama di keluarga yang cukup baik dan juga dipengaruhi oleh pengalaman/kesalahan melepas jilbabnya. Sedangkan subjek yang masuk dalam kategori oppositional reading adalah mereka yang menolak konsep dari infotainment berasal dari kelompok sosial tidak berjilbab karena ia menganggap bahwa pengalamannya selama ini tidak masalah meski muslimah tidak berjilbab. Sedangkan subjek yang masuk kategori negotiated reading adalah subjek yang termasuk kelompok sosial muslimah namun mengalami fenomena yang sama dengan artis Rina Nose. Subjek dipengaruhi oleh latar belakangnya sebagai seseorang yang memiliki prinsip bebas dan cenderung liberal.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Berita Infotainment, Khalayak

<i>Submite</i>	: 08 Februari 2019
<i>Review</i>	: 29 April 2019
<i>Accepted</i>	: 24 Juni 2019
<i>Surel Correspondensi</i>	: yuli@usm.ac.id

Pendahuluan

Memahami pesan dalam media merupakan praktik yang problematik, sebagaimana itu tampak transparan dan alami. Pengiriman pesan secara satu arah akan selalu diterima atau dipahami dengan cara yang berbeda. Khalayak bersifat aktif dalam memaknai sebuah pesan

media. Sehingga pesan yang disampaikan media selalu diterima dan dipahami secara berbeda-beda. Bahkan peristiwa yang sama dapat diterjemahkan lebih dari satu makna.

Berita merupakan sebuah rekonstruksi realita. Begitu pun dengan pemberitaan yang dimuat di sejumlah media massa. Dalam membuat berita, seorang jurnalis melakukan rekonstruksi dari realita yang telah ia lihat, ia baca dan ia analisis. Berita di media massa memang bukan realitas sosial itu sendiri melainkan realitas media yang juga sudah melalui proses konstruksi atas realitas sosial. Dalam menyajikan realitas termasuk konflik, media massa berfungsi sebagai alat transformasi penyampaian ideologi media massa tersebut pada khalayak, dapat meredakan, memperuncing atau berusaha netral. Saat pengkonstruksian realitas, media massa menggunakan pilihan bahasa dan simbol. Pilihan tersebut akan mempengaruhi makna suatu realitas dan secara sengaja atau tidak, ideologi hadir dalam sebuah realitas yang disajikan media. Ketika media massa mengkonstruksi sebuah realitas, maka hal tersebut berkaitan dengan bagaimana wartawan memandang suatu masalah. Selain itu, terdapat juga pengaruh cara pandang atau ideologi media massa tersebut.

Sobur berpendapat, media sebagai ruang di mana berbagai ideologi dipresentasikan. Ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi, dan di sisi lain sebagai kontrol atas wacana publik (Sobur, 2001). Waktu rata-rata yang digunakan orang untuk mengkonsumsi media bervariasi. Namun Shirley Biagi mengatakan rata-rata orang menghabiskan lebih banyak waktu dengan menggunakan media daripada tidak menggunakan media. Dalam sehari 1.440 menit, 41% waktu khalayak digunakan untuk menggunakan media (590 menit), 33% digunakan untuk istirahat (475 menit) dan 26% bebas dari media yaitu sekitar 375 menit (Biagi, 2010).

Media massa juga berperan menandakan realitas dalam pandangan tertentu dan menunjukkan bagaimana realitas dapat memberi makna dalam penyusunan fakta yang ada. Isi media massa selalu dipengaruhi oleh ideologi wartawan dan ideologi media itu sendiri. Sengaja atau tidak, media massa membentuk realitas yang ada sesuai dengan tujuan media (Syas, 2015). Stuart Hall pernah mengatakan pesan dan realitas adalah efek dari ideologi media massa. Efek dari konstruksi media akan tampak nyata, natural dan benar. Konstruksi realitas ini sangat tergantung dari bagaimana sebuah fenomena atau fakta dimaknai atau ditandakan. Dengan demikian, media massa dapat menjadi sarana representasi ideologi dalam wacana publik tertentu

Infotainment sebagai salah satu bentuk berita hiburan khas dunia selebritis, meskipun masih ada yang meragukan apakah infotainment adalah produk karya jurnalistik, masih menjadi tayangan yang mendapat tempat di hati masyarakat meskipun kualitasnya masih dibawah standar KPI. Data dari survey yang dilakukan oleh KPI tahun 2017 menyebutkan bahwa untuk program infotainment, tidak ada satupun lembaga penyiaran yang mencapai indeks ≥ 3 . Indeks tertinggi hanya sebesar 2.61 yang diperoleh NET TV, diikuti oleh Trans TV dengan indeks 2.60 dan Indosiar dengan indeks 2.55. (KPI, 2017)

Gambar 1. Survey Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode II 2017



INDEKS INDIKATOR KUALITAS PROGRAM INFOTAINMENT BERDASARKAN LEMBAGA PENYIARAN

No	Indikator Kualitas Program Infotainment	STASIUN TV								
		Global TV	Indosiar	MNC TV	Net TV	RCTI	RTV	SCTV	Trans 7	Trans TV
1	Informatif	2,38	2,43	2,40	2,45	2,22	2,17	2,22	2,32	2,40
2	Menghormati Kehidupan Pribadi	2,05	2,24	2,28	2,29	2,13	2,08	2,01	2,07	2,32
3	Menghormati Nilai2 Kesukuan, Agama, Ras & Antar Golongan	2,66	2,40	2,70	2,72	2,59	2,55	2,55	2,52	2,66
4	Menghormati Nilai & Norma Kesopanan & Kesusilaan	2,54	2,61	2,50	2,61	2,49	2,48	2,52	2,48	2,59
5	Menghormati Orang & Kelompok Tertentu	2,63	2,66	2,55	2,60	2,61	2,55	2,61	2,58	2,67
6	Tidak Bermuatan Kekerasan	2,71	2,66	2,64	2,79	2,50	2,60	2,62	2,69	2,75
7	Keberimbangan	2,68	2,70	2,64	2,75	2,55	2,47	2,56	2,59	2,69
8	Menghormati Narasumber	2,68	2,67	2,61	2,70	2,48	2,58	2,41	2,55	2,70
INDEKS RATA-RATA		2,54	2,55	2,54	2,61	2,44	2,43	2,44	2,47	2,60

Sumber : diolah dari KPI

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa seluruh stasiun TV memiliki program infotainment. Program infotainment memang dirancang dan dikemas sedemikian rupa agar mampu menarik minat penonton media. Rating program infotainment cukup tinggi. Data AGB Nielsen tahun 2010 menunjukkan data yang cukup jelas tentang perbandingan audience share dari tayangan infotainment. Tingginya rating yang dimiliki oleh hampir semua tayangan infotainment, membuat tayangan ini menjadi sajian program wajib yang harus dimiliki oleh mayoritas stasiun televisi (lihat data survey KPI).

Gambar. 2 Hasil survey rating AGB Nielsen tahun 2010

Program	Channel	Rata-rata Jumlah Penonton	Rating (%)	Perbedaan Jumlah Penonton dengan Mei
Silet	RCTI	1.052.000	3.1	34%
Investigasi Selebriti	TRANS	853.000	2.5	18%
Kabar-Kabari	RCTI	725.000	2.2	42%
Hot Shot	SCTV	715.000	2.1	6%
Cek & Ricek	RCTI	711.000	2.1	41%

Sumber: diolah dari KPI

Fenomena artis lepas Jilbab menjadi sebuah fenomena yang menjadi topik pembicaraan di masyarakat. Salah satunya adalah yang dilakukan oleh Rina Nose. Tayangan berita infotainment begitu gencar memberitakan keputusan Rina Nose ini. Media pun memerankan dirinya sebagai forum untuk memperebutkan hegemoni di dalam masyarakat seperti apa kata Gramsci. Tak hanya kalangan ibu-ibu saja, yang notabene dianggap sebagai penggemar infotainment, yang gemar membicarakan fenomena ini melainkan juga gadis-gadis remaja, mahasiswa, pelajar menjadikan topik infotainment sebagai topik yang seksi dalam mengisi waktu bercengkerama dengan teman. Sukarelawati dalam Hendriwiyan mengatakan bahwa Berdasarkan survei yang dilakukan di sebuah daerah, didapatkan hasil bahwa penonton infotainment adalah 73% perempuan dan 46,25% ibu rumah tangga. Berdasarkan pasar yang ada infotainment beralih menjadi industri hiburan, dimana kehidupan sehari-hari artis adalah objek yang menarik untuk “dijual” (Hendriwinaya, 2015)

Infotainment baik berupa berita langsung maupun tidak langsung akan meneguhkan apa yang dipikirkan orang sehingga menyebabkan masyarakat terbiasa dengan hal-hal yang dulu dianggap tabu dan kini masyarakat lebih permisif (serba membolehkan) terhadap masalah yang bertentangan dengan norma. Berita remeh temeh seorang selebriti dapat menjadi berita heboh akibat disiarkan berulang kali, bahkan tidak jarang dibumbui pernyataan atau opini dari presenternya dengan menggunakan kata-kata yang provokatif dan bombastis atau presenternya memberikan komentar atas suatu persoalan dengan mencibir atau menganggap hal tersebut sebagai lelucon (Fachruddin, 2016). Tak terkecuali informasi terkait keputusan Rina Nose melepas Jilbabnya. Pada tayangan infotainment Go Spot RCTI yang tayang pada 30 November

2017, infotainment ini mengangkat judul Polemik Rina Nose Lepas Jilbab. Pemberitaan Go Spot ini menghadapi keputusan Rina Nose melepas Jilbab dengan kritikan Ustad Abdus Somad (UAS) (“GO SPOT - Polemik Rina Nose Lepas Hijab [30 NOVEMBER 2017],” 2017)

Narasi dari beberapa teks komentar yang ditulis oleh para netizen mengisyaratkan bahwa media melalui relasi kuasanya membentuk sebuah stigma bahwa keputusan Rina Nose melepas jilbab adalah fenomena yang memprihatinkan, miris, disayangkan. Tak hanya infotainment, berita-berita di media online pun membuat judul-judul yang memojokkan atau menyudutkan pilihan hidup yang diambil oleh Rina Nose. Tayangan infotainment menawarkan tawaran makna bahwa apa yang dilakukan oleh Rina Nose tidaklah layak ditampilkan oleh seorang public figure. Di tayangan infotainment Insert 15 November 2017 menyebutkan bahwa keputusan Rina Nose melepas jilbab adalah keputusan menggemparkan. Go Spot RCTI 10 November 2017 memberi pernyataan bahwa keputusan melepas jilbabnya sebagai sesuatu hal yang heboh. Sebagai public figure, Rina Nose dituntut untuk menjadi panutan akan sebuah konsisten mengenakan penutup aurat, bukan malah mempertontonkan ketidakkonsistenan seperti itu. Demikianlah makna yang ingin ditawarkan oleh media.

Fenomena kontroversial yang dilakukan oleh Rina Nose sebenarnya bukan kali ini saja terjadi. Tercatat dalam ingatan publik, artis penyanyi Tri Utami atau biasa disebut mbak Iik, presenter kondang Dewi Hughes, Tania Nadhira mantan istri pesinetron Tommy Kurniawan, dan yang tak kalah kontroversial adalah artis Marshanda yang memutuskan melepas Jilbabnya setelah bercerai dengan suaminya Ben Kasyavani tahun 2014 silam.

Fenomena artis lepas Jilbab ini tentu memantik perdebatan tersendiri di kalangan masyarakat. Ada yang pro dan menganggap bahwa keputusan Rina Nose itu adalah keputusan yang biasa saja, karena hal itu merupakan hak pribadi Rina Nose. Ada pula yang kontra, karena sebagai public figure Rina Nose adalah contoh dan panutan di masyarakat. Terlebih selama ini di dunia keartisan, Rina Nose dikenal sebagai artis dengan *track record* baik (Futari, 2018).

Proses mengenakan Jilbab atau menutup aurat adalah sebuah proses meneguhkan identitas diri perempuan sebagai muslimah. Uskup Canterbury, Rowan Williams percaya jilbab adalah pilihan pribadi muslimah. Melalui jilbab, muslimah coba memperlihatkan identitasnya dalam masyarakat yang berbeda. Jilbab itu merupakan bentuk penegasan identitas seseorang akan keyakinan yang dianut (Sasongko, n.d.). Proses ini pastinya telah melalui tahapan-tahapan

pertimbangan yang dilakukan oleh seorang manusia. Al Quran sebagai kalam Allah yang diyakini oleh umat Islam telah memerintahkan dengan jelas kepada setiap perempuan muslim yang telah mencapai masa baligh untuk mengenakan Jilbab atau menutupi auratnya. Seperti yang tertulis pada QS Al A'raf ayat 26, QS Al Ahzab 59 dan dipertegas di QS An Nuur 31.

'Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan dan pakaian taqwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebgai dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.' (QS Al Araf 26)

Di QS Al Ahzab 59 Allah berfirman demikian,

"Wahai nabi, katakanlah kepada istri-istri, anak-anak perempuan dan istri-istri orang mukmin 'Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka'. Yang demikian itu supaya mereka mudah dikenali, oleh sebab itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Perintah berJilbab ini dipertegas dalam QS An Nuur 31

'Hendaklah mereka menahan pandangannya dan kemaluannya dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak-budak yang mereka miliki atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung'

Jilbab adalah identitas kaum muslimah. Menurut James Marcia, pembentukan identitas merupakan tugas rumit yang harus diselesaikan secara bertahap, dan tanpa disadari. James Marcia memulai proses pembentukan identitas ini mulai dari masa remaja akhir yang dikemukakan oleh Marcia yaitu remaja berusia 18-22 tahun, mereka sudah memasuki perguruan tinggi, dan berada diantara semester satu sampai lima. Menurut Erikson, identitas adalah konsep yang koheren tentang diri sendiri terdiri dari tujuan, nilai-nilai dan keyakinan pada seseorang yang komitmennya sudah solid. Dalam teori ini disebutkan bahwa ada empat status identitas yang dapat dialami oleh manusia yang ada hubungannya dengan aspek kepribadiannya, yaitu : *Identity Achievemen*, *Foreclosure*, *Moratorium* dan *Identity Diffusion*. Keempat kategori ini

dibedakan atas ada atau tidaknya krisis dan komitmen pada manusia tersebut. Kedua hal tersebut dipandang oleh Erikson sebagai hal yang penting dalam pembentukan identitas (Bustomi, 2016)

Selain teori identitas Marcia, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori encoding-decoding Stuart Hall. Pendekodean merupakan proses menerima dan membandingkan makna pesan yang telah tersimpan di benak khalayak. Menurut Stuart Hall khalayak melakukan pendekodean terhadap pesan melalui tiga sudut pandang atau posisi: dominan-hegemonis, ternegosiasi, dan oposisional. Hall berpendapat bahwa individu-individu bekerja di dalam sebuah kode yang mendominasi dan menjalankan kekuasaan yang lebih besar daripada yang lainnya. Ia menyebut hal ini posisi dominan-hegemonis (dominant-hegemonic position). Posisi kedua adalah posisi ternegosiasi (negotiated position) yaitu anggota khalayak dapat menerima ideologi dominan tetapi akan bekerja dengan beberapa pengecualian terhadap aturan budaya. Posisi oposisional (oppositional position) terjadi ketika anggota khalayak mensubstitusikan kode alternatif bagi kode yang disediakan oleh media. Konsumen yang kritis akan menolak makna sebuah pesan yang dipilih dan ditentukan oleh media dan menggantikannya dengan pemikiran mereka sendiri mengenai subjek tertentu. (West, Richard dan Turner, 2008)

Bagi Hall, proses decoding dan encoding pada diri manusia dipengaruhi oleh beberapa hal. Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses decoding yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses encoding. Decoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. (Morissan, 2008). Decoding merupakan proses mentransformasi (merubah) dan menginterpretasi pesan-pesan pengirim menjadi pendapat penerima dan sangat dipengaruhi oleh kerangka berpikir atau keluasan pengalaman penerima. Komunikasi yang efektif akan dapat dicapai jika suasana setara atau berbagai arti atau pengertian dapat dihadirkan atau telah dibangun sebelumnya antara pengirim dan penerima pesan. Dalam decoding, penerima menafsirkan pesan dan diterjemahkan menjadi informasi yang berarti. Hambatan komunikasi yang sering muncul pada langkah decoding, dikarenakan penerima (receiver) menafsirkan pesan sesuai dengan kebutuhan fisiologis dan motif. (Dubrin, 2011)

Encoding adalah proses pengorganisasian ide menjadi serangkaian simbol-simbol, seperti kata-kata dan gerak tubuh, yang dirancang untuk berkomunikasi dengan penerima (receiver).

Proses encoding menimbulkan pengembangan pesan yang berisikan informasi atau pesan yang diharapkan dapat disampaikan oleh sumber atau pengirim pesan. Pesan-pesan dapat diberikan dalam berbagai bentuk dan bisa juga dalam bentuk simbol atau tanda. Pilihan kata sangat mempengaruhi efektivitas berlangsungnya komunikasi. Pemilihan yang tepat dari kata-kata atau symbol meningkatkan kemungkinan bahwa pengkodean dan komunikasi akan mengalir dengan lancar. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya. Jika penerima tidak mampu membaca sandi atau memahami pesan, komunikasi akan gagal. Seperti memilih media yang tepat dari komunikasi, melibatkan atau membuat pilihan yang tepat dari banyak pilihan yang tersedia, menentukan efektivitas encoding (Dubrin, 2011).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana penerimaan khalayak terhadap fenomena artis lepas Jilbab seperti yang terjadi pada Rina Nose. Teori yang dipakai dalam penelitian ini selain menggunakan teori identitas diri yang dikemukakan oleh James Marcia, juga menggunakan teori encoding-decoding dari Stuart Hall. Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis data studi resepsi yang memandang pemirsa televisi sebagai “*producer of meaning*” bukan hanya sebagai konsumen dari isi media. Khalayak media dianggap sebagai khalayak yang aktif, bukan khalayak pasif yang menerima mentah-mentah isi media begitu saja.

Teks media biasanya mengarahkan pemaknaan khalayak ke arah yang diinginkan. Untuk mengetahui makna dominan yang ditawarkan oleh media, kita bisa melakukan analisis struktur internal dari teks. Khalayak mungkin melakukan pembacaan alternatif yang berbeda dengan pemaknaan yang ditawarkan oleh media. Biasanya perbedaan pemaknaan muncul karena perbedaan posisi sosial dan/atau pengalaman budaya antara pembaca dan produsen media. Hall dalam Davis dalam Uswatun, menekankan bahwa konsumsi bukanlah kegiatan yang pasif, melainkan kegiatan yang aktif karena konsumsi juga dapat menghasilkan sebuah makna tertentu.

Pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak menurutnya dapat dikategorikan ke dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. *Dominant-hegemonic position*, yaitu khalayak menerima dan mereproduksi kode teks yang sama dengan produser pesan. Pada posisi ini khalayak berpegang pada makna yang ditawarkan dalam media
2. *Negotiated position*, yaitu khalayak memaknai dan menerima secara luas sebagian kode teks tetapi kadang menentang atau mengubahnya sesuai dengan cara pandang, pengalaman, dan minat. Posisi ini menunjukkan adanya kontradiksi
3. *Oppositional position*, yaitu ketika khalayak mengembangkan interpretasi yang sama sekali berbeda dengan kode teks. Posisi ini terjadi ketika khalayak berada dalam situasi sosial yang berlawanan dengan kode teks dominan sehingga membuat mereka menolak teks tersebut. Dalam posisi ini, khalayak dapat mengajukan alternatif kode yang berbeda. (Uswatun, 2017)

Penelitian dengan metode analisis resepsi ini selain bisa mendapatkan makna atas pemahaman dan interpretasi teks media, kita juga akan mendapatkan penjelasan-penjelasan mengenai alasan mengapa terjadi perbedaan interpretasi dalam diri pembaca. Kemudian kita juga jadi mengetahui mengapa para pembaca dapat membaca teks yang sama secara berbeda. Dari analisis penerimaan khalayak ini kita juga bisa mendeskripsikan faktor-faktor kontekstual yang memungkinkan perbedaan pembacaan dan bagaimana teks-teks kebudayaan dimaknai sedemikian rupa oleh khalayak dan seperti apa pengaruhnya dalam kehidupan mereka sehari-hari. Perbedaan kelompok sosial berhubungan dengan latar belakang kehidupan yang berbeda. Peneliti sengaja memilih kelompok sosial dari mahasiswi muslimah yang memiliki beragam pilihan dalam berjilbab dengan harapan akan muncul diferensiasi resepsi yang disyaratkan oleh analisis resepsi. Dengan kelompok sosial berbeda latar belakang yang dimiliki tentunya berbeda yang akan memengaruhi derajat/ kategorisasi penerimaan khalayak. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana penerimaan khalayak terhadap tayangan infotainment tentang fenomena artis lepas Jilbab berdasarkan subjek yang berasal dari kelompok sosial yang berbeda?

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis resepsi atau studi resepsi. Metode analisis resepsi bertujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak tentang konsep yang ditawarkan oleh tayangan infotainment. Secara

metodologi, reception analysis termasuk dalam paradigma interpretive konstruktivis, menurut Neuman termasuk dalam pendekatan interpretive *“Interpretive is the systematic analysis of socially meaningful action through the direct detailed observation of people in natural settings in order to arrive at understandings and interpretations of how people create and maintain their worlds”*. Artinya paradigma interpretif dalam konteks penelitian sosial digunakan untuk melakukan interpretasi dan memahami alasan-alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara-cara dari para pelaku untuk mengkonstruksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan tersebut (Hadi, 2013)

Metode analisis resepsi melibatkan khalayak sebagai partisipan aktif dalam melakukan interpretasi makna dari teks yang mereka baca. Apa yang ditampilkan media akan dipahami sebagai sebuah proses yang masuk akal dan dikonstruksi melalui pembacaan gambar dan teks. Pemaknaan akan teks dan gambar tersebut adalah produk interpretasi dari penonton itu sendiri. Media berperan sebagai penyampai informasi dan menjadi penyaring dan memberi makna dari informasi yang ditampilkan. Pemaknaan ini bersifat luas dan tidak terikat oleh ruang dan waktu.

Menurut Tri Nugroho Adi dalam jurnalnya yang berjudul *Mengkaji Khalayak Media Dengan Penelitian Resepsi*, dijelaskan bahwa ada tiga elemen pokok dalam metodologi resepsi yang secara eksplisit bisa disebut sebagai *“the collection, analysis, and interpretation of reception data”*. Ketiga elemen tersebut adalah :

1. Mengumpulkan data dari khalayak.

Dalam uraian ini lebih ditekankan perolehan data melalui wawancara kelompok yang akrab disebut focus group discussion. Perlu ditekankan bahwa dalam analisis resepsi, perhatian utama dalam wawancara mendalam secara kelompok tetap harus berpegang pada *“wacana yang berkembang setelah diantarai media dikalangan pemirsa”* artinya, wawancara berlangsung untuk menggali bagaimana sebuah isi pesan media tertentu menstimuli wacana yang berkembang dalam diri khalayaknya.

2. Menganalisis hasil atau temuan dari rekaman proses jalan focus group discussion (FGD).

Setelah FGD sebagaimana langkah pertama di atas dilakukan, maka tahap berikutnya peneliti akan mengkaji catatan wawancara tersebut yang berupa ratusan transkrip wawancara yang di dalamnya kemudian bisa disarikan berbagai kategori pernyataan, komentar dsb, dari peserta

diskusi. Dalam tahap ini peneliti bisa memanfaatkan metode analisis wacana sebagaimana lazimnya dipakai dalam studi literer untuk menelaah makna intersubjektif dan menginterpretasikan makna yang tersirat dibalik pola ketidaksepakatan pendapat di antara peserta dan sebagainya yang mungkin muncul dalam diskusi. Dalam tahap ini, peneliti kemudian tidak sekedar melakukan kodifikasi dari beberapa pendapat yang sejalan atau yang tidak sejalan melainkan lebih mengkonstruksi proses terjadinya wacana dominan dan sebaliknya, di lihat dari berbagai latar belakang sosio kultural peserta diskusi.

3. Tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayaknya.

Perlu dicatat bahwa dalam tahap ini sebenarnya seorang peneliti tidak sekedar mencocokkan model pembacaan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam acuan teoritis melainkan justru mengkolaborasikan dengan temuan yang sesungguhnya terjadi di lapangan sehingga memunculkan model atau pola penerimaan yang riil dan lahir dari konteks penelitian yang sesungguhnya (Adi, 2012). Dalam proses FGD, peneliti akan mencatat keyword atau kata kunci dan memberikan pemaknaan terhadap kata kunci yang disampaikan oleh subjek dan merelasikannya dengan kategori-kategori dalam analisis resepsi. Lalu peneliti menganalisis temuan tersebut dengan latar belakang masing-masing kelompok sosial.

Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah narasumber yang peneliti pilih dari berbagai latar belakang. Keseluruhan yang peneliti pilih berstatus mahasiswi berjilbab lalu melepaskan jilbabnya, mahasiswi berjilbab non pesantren, mahasiswi muslim tidak berjilbab, dan mahasiswi yang pernah berjilbab kemudian melepaskan jilbabnya lalu memakainya lagi hingga sekarang. Alasan peneliti memilih subjek-subjek yang berbeda kelompok sosialnya adalah berdasar pada; (1) latar belakang pendidikan agama di keluarga, (2) pemilihan keputusan dalam berjilbab, (3) pengalaman dalam berjilbab atau tentang jilbab. Dengan latar belakang background pendidikan keluarga, pengalaman dan kegiatan yang berbeda-beda akan memperkaya diferensiasi dalam hal pendapat dan persepsi tentang fenomena artis lepas Jilbab. Penelitian ini menggunakan empat subyek penelitian. Keempat subyek tersebut masing-masing mewakili kategori (1) mahasiswi tak berjilbab (DR), (2) mahasiswi berjilbab yang kemudian melepas jilbabnya (IM), (3) mahasiswi berjilbab yang awalnya memakai jilbab,

melepasnya kemudian memakainya lagi (BN), dan (4) mahasiswi berjilbab non background pesantren (CP).

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, yaitu melalui data primer merupakan data utama yang digunakan sebagai acuan dalam sebuah penelitian. Metode pengumpulan data primer yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan teknik pengumpulan data FGD (*focus group discussion*). Pada penelitian ini, peneliti memilih empat narasumber yang akan dijadikan fokus kelompok diskusi. Dalam kelompok diskusi ini tidak hanya ada informan, hadir pula peneliti sebagai moderator yang memimpin responden (peserta diskusi). Wimmer dan Dominick mengatakan bahwa focus group adalah sebuah interview kelompok, beberapa orang diwawancara secara simultan dengan moderator memimpin responden dalam sebuah diskusi tak terstruktur tentang topic yang sedang dibahas (Dominick, 2000)

Teknik Analisa Data

Untuk menganalisa data, peneliti menggunakan metode Analisis Resepsi dengan teknik analisa selama di lapangan model Miles dan Huberman. Analisa data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisa data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga dapat ditarik kesimpulan (Miles and Huberman, 2007).

Analisa data dilakukan melalui 3 tahap, yaitu:

1. Data Display (Penyajian Data).

Dalam proses pengumpulan data di lapangan, sebelumnya peneliti menggunakan media laptop yang menyajikan sebuah teks media berupa tayangan salah satu infotainment terkait berita Rina Nose melepas Jilbab kepada para narasumber. Menganalisis hasil atau temuan dari rekaman proses jalan focus group discussion (FGD). Setelah FGD sebagaimana langkah pertama di atas dilakukan, maka tahap berikutnya peneliti akan mengkaji catatan wawancara tersebut yang berupa ratusan transkrip wawancara yang di dalamnya kemudian bisa disarikan berbagai kategori pernyataan, komentar dsb, dari peserta diskusi.

Dalam tahap ini peneliti bisa memanfaatkan metode analisis wacana sebagaimana lazimnya dipakai dalam studi literer untuk menelaah makna intersubjektif dan menginterpretasikan makna yang tersirat dibalik pola ketidaksepakatan pendapat di antara peserta dan sebagainya yang mungkin muncul dalam diskusi. Dalam tahap ini, peneliti kemudian tidak sekedar melakukan kodifikasi dari seberapa pendapat yang sejalan atau yang tidak sejalan melainkan lebih mengkonstruksi proses terjadinya wacana dominan dan sebaliknya, dilihat dari berbagai latar belakang sosio kultural peserta diskusi

2. Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, menfokus pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Pada penelitian ini, peneliti milih setting indoor place sebagai tempat peneltian, dalam mereduksi data peneliti, peneliti menggunakan enam narasumber yang dijadikan kelompok diskusi terfokus atau focus group discussion.

3. Conclusion Drawing / Verification

Langkah terakhir dari model ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayaknya. Perlu dicatat bahwa dalam tahap ini sebenarnya seorang peneliti tidak sekedar mencocokkan model pembacaan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam acuan teoritis melainkan justru mengelaborasi dengan temuan yang sesungguhnya terjadi di lapangan sehingga memunculkan model atau pola penerimaan yang riil dan lahir dari konteks penelitian yang sesungguhnya (Miles, 2007)

Hasil Dan Pembahasan

Pesan yang diresepsikan dalam penelitian ini adalah konsep yang ditawarkan media melalui tayangan infotainment yang menyatakan bahwa keputusan Rina Nose melepas jilbab adalah keputusan yang heboh, mengejutkan, menggemparkan, dan tidak selayaknya dicontohkan oleh public figure. Teks yang disajikan dalam tayangan infotainment tersebut mengarahkan khalayak ke arah pembacaan yang diinginkan. Namun adanya perbedaan latar belakang, tingkat pendidikan dan pekerjaan menyebabkan terjadinya perbedaan dalam pembacaan, maka muncul tiga tipe pembacaan terhadap teks tayangan infotainment :

a. *Dominant-Hegemonic Reading*

Menurut Stuart Hall, posisi hegemonik-dominan (*dominant-hegemonic reading*) diartikan sebagai pembaca sejalan dengan kode-kode program (yang didalamnya terkandung nilai-nilai, sikap, keyakinan, dan asumsi) dan secara penuh menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki oleh si pembuat program (Durham & Kellner, 2006). Khalayak memaknai sebagaimana yang ditawarkan media bahwa fakta artis lepas Jilbab adalah fakta yang miris dan memprihatinkan. Media dalam hal ini adalah tayangan infotainment mengkomersilkan dengan mendudukkan posisi lepas jilbabnya seorang Rina Nose adalah berita buruk. *Bad news is good news*, semakin rumit permasalahan, semakin senang infotainment memberitakannya dengan penuh dramatis dan sensasi sehingga khalayak menontonnya karena masyarakat Indonesia suka akan sensasi. Tayangan infotainment juga dianggap hanya dijadikan selebritis sebagai media untuk menaikkan dan menjaga popularitasnya, semakin sering selebriti tampil dalam tayangan infotainment maka semakin terkenal dia di masyarakat walaupun dengan pemberitaan negatif.

Responden yang masuk dalam kategori *dominant-hegemonic reading* adalah responden yang menyetujui bahwa fakta lepas jilbabnya Rina Nose adalah fakta yang miris. Infotainment selalu mengkonstruksi artis yang lepas jilbab adalah artis yang menyedihkan. Rina Nose bahkan disebut sebagai Marshanda kedua setelah ia memutuskan untuk melepas jilbabnya. Tak hanya di infotainment, di media massa lainnya sejumlah judul terlihat menyudutkan keputusan lepas jilbab sejumlah artis. Seperti misalnya di berita liputan 6.com, tertulis judul “Lepas Jilbab, Rina Nose disebut sebagai Marshanda Kedua”. Bahkan di lead berita, liputan 6.com langsung menuliskan sebuah opini tidak netral atas keputusan Rina Nose ini.

Keputusan Rina Nose untuk melepas Jilbabnya sangat disayangkan banyak orang. Presenter kocak itu mengaku berubah pikiran setelah satu tahun belakangan ini menutupi kepalanya dengan Jilbab. Seolah sudah siap dengan konsekuensinya, Rina Nose mengumumkan sendiri keputusan barunya untuk tak lagi berJilbab. "Pemikiran berubah seiring peristiwa yang dialaminya. Ketetapan hati pun berubah seiring pengalaman batinnya," tulisnya di Instagram pribadinya (Rosidha, 2017)

Di detik.com tertulis judul “Orangtua Sempat Shock saat Tahu Keinginan Rina Nose Lepas Jilbab”

Rina Nose sudah bicara mengenai dirinya yang melepas Jilbab. Dalam kesempatan itu, Rina Nose mengatakan orangtuanya sudah mengetahui langkah yang diambilnya. "Orangtua aku itu sudah tahu banget apa yang terjadi dalam hidup aku. Orangtua aku adalah orang yang begitu terbuka dengan segala hal," terang Rina Nose. Ternyata, Rina mengaku orangtuanya sempat shock saat mengetahui keinginannya untuk melepaskan Jilbabnya itu. Hal itu dikatakannya saat diwawancarai oleh Deddy Corbuzier dalam situs UC News Indo yang kemudian diunggah di YouTube. "Iya orangtua aku itu sempat shock banget dengan keinginan aku untuk melepas Jilbab. Tapi mereka sangat terbuka dengan segala hal jadi mereka menerima keputusan aku," lanjut Rina Nose lagi. Kini, Rina pun sudah membuka Jilbabnya. Ia mengatakan keinginan tersebut adalah keinginannya sendiri bukan atas desakan dari pihak tertentu (Febrian, 2017)

Di tribunnews.com tertulis "Lepas Jilbab, Tulisan 'Negeri Tanpa Agama' Rina Nose Jadi Sorotan".

Publik tengah dihebohkan dengan keputusan Rina Nose yang melepas jilbabnya. Dan, netizen pun kasak-kusuk. Gara-gara keputusannya, komedian sekaligus presenter wanita tersebut langsung dihujani beragam komentar dari para netizen. Ada yang mengkritik dan memprotes, ada yang menerima dengan lapang dada, ada pula yang berupaya mengingatkan. Yang terang, mata publik kini tertuju kepada keputusan Rina Nose tersebut. Hingga berita ini disusun, belum jelas hal apa yang membuat Rina Nose memutuskan untuk melepas jilbabnya tersebut. Alhasil, publik menduga-duga. Salah seorang pengguna jejaring sosial Twitter dengan akun Twitter @tanpaAGAMA pun ikut berpendapat. Akun tersebut menyoroti status jejaring sosial Instagram milik Rina Nose, @rinanose16, tiga bulan sebelum melepas jilbab. Akun itu mengunggah cuplikan foto tulisan Rina Nose yang mengagumi moral tinggi masyarakat Jepang, meski tanpa agama (Sadikin, 2017)

Dari sejumlah teks berita diatas dapat dilihat bahwa judul-judul yang dimuat di media-media tersebut menawarkan konstruksi bahwa melepas jilbab adalah sebuah fakta yang miris atau memprihatinkan. Dari hasil temuan data dalam penelitian ini ada beberapa subyek yang termasuk dalam kategori *dominant-hegemonic reading*. Subyek yang tergolong dominant reading adalah BN dan CP. Indikasi BN termasuk dalam golongan dominant reading karena ia merasa kecewa dan sangat menyayangkan sekali keputusan Rina Nose yang melepas Jilbabnya. Hal itu ditandai dari beberapa keyword dalam pernyataannya saat FGD yang menyebut bahwa ia kecewa, sangat menyayangkan, lepas jilbab adalah hak namun sebaiknya perempuan bisa menjaga Jilbabnya terlebih jika ia seorang *public figure*. Anggapan bahwa *public figure* menjadi sebuah panutan melekat dalam diri responden BN karena

baginya kondisi Rina Nose yang melepas jilbab ini bisa menjadi contoh yang buruk bagi masyarakat khususnya bagi penggemarnya.

Persetujuan BN terhadap fakta yang ditawarkan media terkait artis lepas jilbab ini berkaitan dengan latar belakang BN yang pernah mengalami hal serupa. Memakai jilbab, melepasnya dalam beberapa waktu, lalu memutuskan untuk memakai jilbab lagi. Pengalamannya dalam lepas-pasang Jilbab ini memberikan sebuah catatan pendapat tersendiri baginya. Dalam pernyataannya yang lain, keputusan melepas jilbabnya dipengaruhi oleh teman-temannya dan terjadi saat ia di posisi ‘nakal’. Bagi BN, kemampuan untuk bisa istiqomah mempertahankan jilbab ini juga dipengaruhi oleh konteks-konteks di sekitarnya, tak terkecuali dukungan dari peer groupnya. Keluarga BN yang cukup agamis, meski hanya nenek, ibu dan bibinya yang berJilbab, namun cukup mempengaruhi BN terkait pandangannya tentang jilbab. Dari sisi pendidikan religi, sejak kecil ia dididik dalam lingkungan yang cukup dekat dengan Islam.

Responden CP adalah responden yang juga termasuk dalam golongan dominant reading. CP termasuk dominant reading karena ia juga sepakat bahwa apa yang dilakukan oleh Rina Nose adalah sesuatu hal yang salah. Ia setuju jika apa yang diberitakan oleh media terkait keputusan Rina Nose melepas jilbab adalah hal yang memprihatinkan, sesuai dengan makna yang ditampilkan oleh media. Ia tidak setuju atas keputusan Rina Nose melepas jilbab karena baginya keputusan memakai jilbab adalah keputusan tidak mudah, sehingga orang yang memutuskan untuk melepasnya adalah orang-orang yang menyia-nyiakan keputusan penting tersebut. Ia sepakat bahwa mencapai konsistensi dalam berjilbab adalah sebuah hal yang sulit sehingga sayang sekali jika seorang public figur tidak berupaya untuk berlaku konsisten dalam mengenakan jilbab. Menurut CP, sebenarnya berjilbab itu akan membuat seorang muslimah menjadi lebih aman. Seorang muslimah juga akan bisa menjaga tindakan dan perilakunya sehingga bisa lebih terkontrol. Selain itu berjilbab adalah sebuah tindakan kepatuhan pada orang tua, karena bagi CP menutup aurat adalah upaya untuk menyelamatkan ayah anak tersebut dari siksa api neraka.

Dalam hadits nabi, orangtua akan dimintai pertanggungjawaban perihal pendidikan anaknya. Nabi Shalallaahu ‘Alaihi Wasallam (صلى الله عليه وسلم) bersabda:

“Ingatlah, tiap-tiap kalian adalah pemimpin, dan setiap orang dari kalian akan ditanyai tentang yang dipimpinnya.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Bagi laki-laki yang berkedudukan sebagai pemimpin, seperti suami, ayah, dan saudara laki-laki, bila mereka ini tidak memerintahkan dan menganjurkan istri, putrinya, atau saudara perempuannya agar mengenakan Jilbab, mereka akan menjadi dayyuts (yakni orang-orang tidak memiliki kecemburuan terhadap kehormatan wanita tanggungannya). Sedangkan, seorang dayyuts diancam oleh Rasulullah Shalallaahu ‘Alaihi Wasallam (صلى الله عليه وسلم) tidak akan masuk surga.

Dalam studi resepsi, khalayak ditempatkan tak hanya sebagai khalayak yang aktif namun juga menjadi sebuah agen kultural. Khalayak memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan oleh media. Menurut Althusser teks dengan memanfaatkan ideologi melakukan pemanggilan (healing) kepada subyek (khalayak sasaran) dan ketika khalayak sasaran tersebut terpenggil berarti dia telah memposisikan dirinya sebagai subyek dan siap pula tertundukkan dengan ritual-ritual tertentu. Karena itu penting untuk mengetahui bagaimana teks yang ada di media mencoba menggiring khalayak (subyek) ke arah pembacaan tertentu (Althusser, n.d.).

Stanley dan Jennis K mengungkapkan bahwa menurut teori penerimaan, penerimaan khalayak akan sebuah konsep makna yang ditawarkan media ini memusatkan perhatian individu dalam proses komunikasi massa, menghargai kemampuan dan kepandaian konsumen media, menerima berbagai jenis makna dan teks media, mencari pemahaman mendalam mengenai bagaimana orang menafsirkan konten media dan menyediakan analisis mendalam mengenai bagaimana cara media digunakan dalam konteks sosial sehari-hari (Baran, 2010). Dalam penelitian, ini responden BN dan CP menempatkan dirinya tak hanya sebagai khalayak aktif namun dalam memaparkan pandangan mereka juga dipengaruhi oleh konteks-konteks yang melingkupinya, seperti misalnya pengalaman kehidupan mereka dan latar belakang pendidikan religi yang mereka terima.

b. *Negotiated reading*

Posisi yang dinegosiasikan (*negotiated reading*) dimaknai sebagai pembaca dalam batas-batas tertentu sejalan dengan kode-kode program dan pada dasarnya menerima makna yang disodorkan si pembuat program namun memodifikasikannya sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan minat-minat pribadinya (Durham & Kellner, 2006). Khalayak memaknai tayangan infotainment bisa dikatakan berdasarkan fakta maupun tidak berdasarkan fakta. Hal ini dapat dikatakan sebagai gosip, tayangan infotainment menjadikan gosip sebagai berita padahal gosip bukanlah berita dan berita tidak bisa dibuat gosip. Berita mengandung unsur kebenaran, informasi dan keterbaruan.

Menurut teori terkait khalayak yang dikemukakan oleh Melvin deFleur dan Sandra Ball-Rokeach ada sejumlah perspektif yang dapat digunakan untuk melihat khalayak. Perspektif perbedaan individual adalah salah satu perspektif tersebut. Perspektif ini memandang bahwa sikap dan organisasi personal-psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimuli dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna terhadap stimuli tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan berada dalam lingkungan yang berbeda. Perbedaan ini menyebabkan pengaruh media masa yang berbeda pula. Adanya perbedaan respon atau perbedaan sikap individu terhadap media sebenarnya dapat dipahami, karena konsep individu itu berasal dari kata *individuum*, yang artinya tidak terbagi (DeFleur, 1989).

Dalam penelitian ini, responden IM adalah responden yang termasuk dalam kelompok *negotiated reading*. Yang menjadi indikasi *negotiated reading* adalah responden menerima konsep makna yang ditawarkan media bahwa keputusan melepas jilbab yang dilakukan Rina Nose adalah keputusan yang kontroversial dan merupakan sebuah fakta yang memprihatinkan namun responden di sisi lain ia juga mengungkapkan bahwa keputusan itu sebenarnya sah-sah saja. Bagi IM, ia sepakat bahwa media telah mengkonstruksi fenomena lepas jilbab Rina Nose sebagai hal yang kontroversi, ada upaya mengarahkan ke penghakiman Rina Nose, namun di sisi lain IM memiliki pandangan bahwa sebenarnya keputusan Rina Nose untuk melepas jilbab adalah keputusan yang biasa saja atau sah-sah saja dia melakukan hal tersebut.

Bagi IM, media kurang berhasil menjadi encoder dan decoder yang baik terkait urusan agama. Enkripsi dan deskripsinya cenderung berpihak. Kontroversi yang dikonstruksi media ini tentunya lebih menarik atensi masyarakat jauh lebih besar daripada untuk tujuan pembelajaran atau pemahaman bagi masyarakat. Sehingga media seharusnya berbenah dengan membuat tayangan yang lebih ‘sehat’. Pilihan pandangan IM terkait fenomena artis lepas jilbab ini dipengaruhi oleh latar belakang pendidikannya sebagai orang komunikasi yang gemar mengkritik isi media. IM dikenal sebagai mahasiswi yang kritis.

Muslimah ideal menurutnya adalah agen yang membuka dirinya pada interpretasi moral yang lebih manusiawi, menjadi agen Islam yang sejuk. Ia mengedepankan bahwa kita harus fokus pada konstruksi berpikir yang logis dalam menginterpretasi moral sebab moral adalah buatan manusia, bukan Tuhan. Ia berpandangan bahwa ketika azas manfaat tidak ditemukan/terkurangi ketika seseorang memakai jilbab dan orang tersebut memutuskan untuk melepaskannya, itu adalah hal yang wajar dan natural. Menurutny, hal itu adalah hal yang sangat manusiawi.

Berdasarkan teori decoding-encoding Stuart Hall, pilihan pandangan manusia dipengaruhi oleh berbagai hal khususnya dalam proses encoding dan decodingnya. Encoding mengacu pada tahapan produksi dimana realitas yang mentah, suatu peristiwa yang terjadi di lapangan, dipotret, dikonstruksikan, serta dibingkai sedemikian rupa, dengan penggunaan-penggunaan bahasa yang cenderung menggunakan bahasa dari ideologi kelompok dominan (*dominant or preferred meanings*).

Pembentukan pesan dalam tahap produksi tersebut juga melibatkan pengetahuan mengenai seperti apa penerima yang akan disasar, bagaimana karakteristik mereka untuk menentukan bagaimana bentuk pesan tersebut dikemas hingga menarik bagi penerimanya. Hingga, dalam hal ini Hall mengutip pembahasaan Phillip Elliot bahwa khalayak merupakan “receiver” sekaligus juga “source” atas sebuah pesan media. Sehingga sangat jelas terlihat bahwa sebuah pesan diproduksi dengan melalui serangkaian proses yang tidak sederhana agar pesan tersebut menjadi sebuah wacana yang bermakna (*meaningful discourse*) yang dapat dipahami dan diterima sebagai suatu hal yang lazim. Meskipun telah diusahakan sedemikian rupa agar bisa dimaknai sama dengan maksud awalnya, namun proses decoding sangat bisa membuat makna awal tersebut diterima berbeda (Ilahi, 2017).

Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh persepsi, pemikiran, dan pengalaman masa lalu, yang bagi setiap orang pun mesti tak sama. Selain itu, Hall juga mengungkapkan bahwa khalayak dalam hal ini tidak hanya menerima pesan, tetapi juga bisa mereproduksi pesan yang disampaikan. Dengan demikian, Hall menyebutkan bahwa antara encoding dan decoding ini memiliki struktur makna yang tidak simetris. Derajat simetris dalam hal ini dimaksudkan sebagai derajat pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan, dan derajat tersebut bergantung pada kesetaraan hubungan yang dibentuk antara pembuat pesan dan penerimanya.

c. Oppositional reading

Posisi oposisional (*Oppositional 'counter' hegemonic reading*) artinya adalah pembaca tidak sejalan dengan kode-kode program dan menolak makna atau pembacaan yang disodorkan, dan kemudian menentukan frame alternatif sendiri di dalam menginterpretasikan pesan/program (Durham & Kellner, 2006). Khalayak memaknai berlawanan atas apa yang ditayangkan tayangan infotainment, infotainment menganggap informasi terkait Rina Nose melepas Jilbab adalah fakta yang memprihatinkan. Namun khalayak memandang tayangan infotainment terkait Rina Nose yang melepas Jilbab adalah sesuatu yang biasa saja, tidak perlu dibesar-besarkan karena memang infotainment mendapatkan keuntungan dari pemberitaan tersebut. Melepas jilbab adalah sebuah fakta yang biasa saja karena setiap manusia pasti punya pilihan hidup sendiri-sendiri.

Dari hasil temuan penelitian didapatkan bahwa responden DR adalah responden yang termasuk dalam kategori opositional reading. Dia tidak sepakat jika melepas jilbab adalah sebuah hal yang memprihatinkan, seperti makna yang dikonstruksikan oleh tayangan infotainment. Ia sebenarnya suka Rina Nose memakai jilbab namun ia tidak benci ketika dia melepas jilbabnya. DR mengatakan bahwa Rina Nose sendiri yang tahu alasan sebenarnya mengapa ia melepas jilbabnya. Sebab yang punya tubuh adalah Rina Nose dan Rina Nose pula yang berhak mengatur mau seperti apa ia berpakaian. Menurut DR, media tidak punya hak mengatur, menjustifikasi apa yang dilakukan oleh Rina Nose.

Pilihan DR yang mengungkapkan pendapat tersebut dilatarbelakangi oleh pandangan hidupnya yang menyatakan bahwa menurutnya muslimah yang baik itu tidak dilihat dari

seperti apa dia berkostum, yang penting berpakaian sopan dan tidak memakai pakaian ketat atau terlalu pendek sudah cukup. Muslimah itu yang penting adalah baik pada sesama, tidak saling menjelekkan dan yang terpenting adalah menjalankan sholat lima waktu. Di lingkup keluarga DR juga tidak semua keluarganya berjilbab. Orang tua DR juga tidak memaksa DR untuk mengenakan jilbab meski ia seorang muslimah. Sehingga hingga kini DR mengaku belum punya keinginan untuk berjilbab.

Ervina Pransiska Rindu dalam penelitiannya berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam berjilbab menemukan bahwa faktor dari dalam yaitu berupa pemahaman yang mendalam dan didasari oleh keimanan yang teguh, adalah hal pertama dan terpenting. Mereka yang paham bahwa tuntunan Islam untuk berjilbab adalah bukan sekedar masalah fashion tetapi bentuk ketaatan dan sumber aliran deposit pahala, akan lebih konsisten bertahan dengan ‘pilihannya’. Karena ketika melakukan sebaliknya, mereka akan berpikir bahwa setiap saat itu mereka melanggar perintah-Nya. Sedangkan faktor dari luarnya adalah pengaruh dari iklan fashion dan konstruksi masyarakat tentang konsep cantik (Rindu, 2015).

Ada beberapa hal yang mempengaruhi seseorang memahami berbeda sebuah makna yang ditawarkan oleh media. Faktor sosial menjadi salah satu hal yang mempengaruhi efek terpaan media massa. Black and Whitney menyebutkan umur, jenis kelamin, pendidikan dan latihan, pekerjaan dan pendapatan, agama serta tempat tinggal mempengaruhi perbedaan akan penerimaan makna atas sebuah pesan yang merupakan efek media (Nurudin, 2007). Hal ini terlihat dari hasil temuan penelitian faktor latar belakang pendidikan dan tempat tinggal subjek yang beragam mempengaruhi bagaimana penerimaan mereka terhadap konsep artis lepas Jilbab tersebut.

Penelitian resepsi menunjukkan sebuah indikasi bahwa meskipun di dalam membuat teks atau produser sudah mempertimbangkan karakteristik khalayak sasaran sehingga mereka menggunakan mitos-mitos tertentu yang dianggap sesuai untuk mengarahkan pembacaan khalayak ke arah yang dia inginkan. Tetapi ternyata hal tersebut tidak dapat menghindarkan pembacaan yang berbeda dari mereka yang secara segmentasi seharusnya berada pada kelas sosial yang sama (Hapsari Sulistyani, n.d.). Hal ini terlihat dari pembacaan berbeda yang dilakukan oleh para subjek. Dari pembacaan tersebut dapat dijelaskan bahwa subyek yang

muslimah dan tidak berJilbab dan subyek dengan kategori berJilbab namun kemudian melepas Jilbabnya cukup permisif terhadap isu artis lepas Jilbab tersebut.

Makna di dalam media bukanlah suatu yang tidak bisa berubah atau inheren di dalam teks. Media teks memunculkan makna hanya pada saat resepsi, adalah ketika teks itu di baca, di lihat atau di dengar. Ien Ang dalam Storey menyatakan bahwa khalayak dipandang sebagai produser makna, tidak hanya konsumen isi media. Khalayak menginterpretasi teks media dengan cara yang sesuai dengan pengalaman subjektif yang berkaitan dengan situasi tertentu. Analisis resepsi tidak langsung ditujukan kepada individu yang mencoba memaknai sebuah teks tetapi juga makna sosial yang melingkupinya (Storey, 2006).

Kesimpulan

Fenomena artis lepas Jilbab menjadi sebuah fenomena yang menjadi topik pembicaraan di masyarakat. Media melalui relasi kuasanya membentuk sebuah stigma bahwa keputusan Rina Nose melepas jilbab adalah fenomena yang memprihatinkan dan miris. Tayangan infotainment menawarkan tawaran makna bahwa apa yang dilakukan oleh Rina Nose tidaklah layak ditampilkan oleh seorang public figure. Sebagai public figure, Rina Nose dituntut untuk menjadi panutan akan sebuah konsisten mengenakan penutup aurat, bukan malah mempertontonkan ketidakkonsistenan seperti itu.

Dari hasil temuan data dalam penelitian ini ada beberapa subyek yang termasuk dalam kategori dominant hegemonic reading. Subyek yang tergolong dominant reading adalah BN dan CP. Indikasi BN dan CP termasuk dalam golongan dominant reading karena ia sepakat dengan makna yang ditawarkan media bahwa keputusan Rina Nose melepas jilbabnya adalah keputusan memprihatinkan. CP termasuk dominant reading karena ia juga sepakat bahwa apa yang dilakukan oleh Rina Nose adalah sesuatu hal yang salah. Ia setuju jika apa yang diberitakan oleh media terkait keputusan Rina Nose melepas jilbab adalah hal yang memprihatinkan, sesuai dengan makna yang ditampilkan oleh media.

Responden IM adalah responden yang termasuk dalam kelompok negotiated reading. Yang menjadi indikasi negotiated reading adalah responden menerima konsep makna yang ditawarkan media bahwa keputusan melepas jilbab yang dilakukan Rina Nose adalah keputusan yang kontroversial dan merupakan sebuah fakta yang memprihatinkan namun responden di sisi

lain ia juga mengungkapkan bahwa keputusan itu sebenarnya sah-sah saja. Responden DR adalah responden yang termasuk dalam kategori *opositional reading*. Dia tidak sepakat jika melepas jilbab adalah sebuah hal yang memprihatinkan, seperti makna yang dikonstruksikan oleh tayangan *infotainment*. Menurut DR, media tidak punya hak mengatur, menjustifikasi apa yang dilakukan oleh Rina Nose.

Ada sejumlah latar belakang yang mempengaruhi para subyek memiliki pendapat yang berbeda-beda. Keputusan mereka menolak/menerima/sepakat/tidak sepakat terhadap konsep makna yang ditawarkan oleh media dipengaruhi oleh latar belakang mereka yakni latar belakang pendidikan religi di keluarga, pengalaman hidup dalam berjilbab dan pengaruh dari *peer group* mereka.

Daftar Pustaka

- Adi, T. N. (2012). Mengkaji Khalayak Media Dengan Penelitian Resepsi. *Acta Diurna*, 8(1), 27–35.
- Althusser, L. (n.d.). *On the Reproduction of Capitalist Ideology and Ideological State Apparatuses*. Retrieved from <https://libcom.org/files/louis-althusser-on-the-reproduction-of-capitalism.compressed.pdf>
- Baran, J. S. dan D. K. D. (2010). *Teori Komunikasi Massa; Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Biagi, S. (2010). *Media/Impact Pengantar Media Massa* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Bustomi, A. A. (2016). TEORI IDENTITAS DIRI JAMES MARCIA (1966,1980) – ABI ABDU BUSTOMI. Retrieved February 21, 2019, from <https://abiabdubustomi27.wordpress.com/2016/07/03/teori-identitas-diri-james-marcia-19661980/>
- DeFleur, M. L. dan S. B. R. (1989). *Theories of Mass Communication (5th Edition)* (5th ed.). Pearson; 5 edition.
- Dominick, R. D. W. dan J. R. (2000). *Mass Media Research An Introduction* (6th ed.). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Dubrin, A. J. (2011). *Essentials of Management 9th ed* (9th ed). Mason: Essentials of Management.
- Durham, M. G., & Kellner, D. (2006). *Media and cultural studies : keywords*. Blackwell.
- Fachruddin, A. (2016). *Manajemen Pertelevisian Modern*. (A. A. C, Ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Febrian, P. P. (2017). Orangtua Sempat Shock saat Tahu Keinginan Rina Nose Lepas Hijab. Retrieved June 20, 2019, from <https://hot.detik.com/celeb/d-3724350/orangtua-sempat-shock-saat-tahu-keinginan-rina-nose-lepas-hijab>
- Futari, H. (2018). Ramai Dihujat, Rina Nose: Saya Dianggap Melakukan Kesalahan Kemanusiaan : Okezone Celebrity. Retrieved June 20, 2019, from <https://celebrity.okezone.com/read/2018/12/06/33/1987607/ramai-dihujat-rina-nose-saya-dianggap-melakukan-kesalahan-kemanusiaan>
- GO SPOT - Polemik Rina Nose Lepas Hijab [30 NOVEMBER 2017]. (2017). Retrieved June 20, 2019, from <https://rctimobile.com/m/index.php?f=8&c=7222807&chads=464485&t=GO-SPOT---Polemik-Rina-Nose-Lepas-Hijab--30-NOVEMBER-2017->

- Hadi, I. P. (2013). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.1.1-7>
- Hapsari Sulistyani. (n.d.). the narrative: Analisis Resepsi. Retrieved March 5, 2019, from <http://hapsarinarrative.blogspot.com/2011/12/analisis-resepsi.html>
- Hendriwinaya, V. W. (2015). Infotainment, Sinetron dan Sinisme Ibu Rumah Tangga “Mengapa Ibu Rumah Tangga Menggemarnya?” (Analisis Berdasarkan Cultivation Theory). *Buletin Psikologi*, 23(1), 42. <https://doi.org/10.22146/bpsi.10576>
- Ilahi, N. H. (2017). Encoding-Decoding : Studi Pemaknaan Pesan Stuart Hall | Gubuk Musafir. Retrieved March 4, 2019, from <https://ninoor.wordpress.com/2017/04/03/encoding-decoding-studi-pemaknaan-pesan-stuart-hall/>
- KPI. (2017). *Survei Indeks Kualitas*. Retrieved from http://www.kpi.go.id/download/penelitian/Ekspose_Survei_II_tahun_2017.pdf
- Miles, M. B. dan A. M. H. (2007). *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Morissan. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa* (1st ed.). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rindu, E. P. (2015). Ervina Pransiska Rindu’s WriteWorld: Faktor-faktor yang mempengaruhi pemakaian jilbab (Penelitian Kualitatif). Retrieved March 4, 2019, from <http://ervinapransiskarinduwrite.blogspot.com/2015/07/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>
- Rosidha, E. L. (2017). Lepas Hijab, Rina Nose Disebut Marshanda Kedua - ShowBiz Liputan6.com. Retrieved June 20, 2019, from <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3157956/lepas-hijab-rina-nose-disebut-marshanda-kedua>
- Sadikin. (2017). Lepas Jilbab, Tulisan “Negeri Tanpa Agama” Rina Nose Jadi Sorotan Netizen Ini - Tribunnews.com. Retrieved June 20, 2019, from <http://www.tribunnews.com/seleb/2017/11/12/lepas-jilbab-tulisan-negeri-tanpa-agama-rina-nose-jadi-sorotan-netizen-ini>
- Sasongko, A. (n.d.). Uskup Canterbury: Jilbab Bentuk Penegasan Identitas Muslimah | Republika Online. Retrieved April 30, 2019, from <https://www.republika.co.id/berita/internasional/global/17/07/06/dunia-islam/islam-mancanegara/12/04/03/m1wqhz-uskup-canterbury-jilbab-bentuk-penegasan-identitas-muslimah>

Sobur, A. (2001). *Analisis Teks Media* (First edit). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Storey, J. (2006). *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*. Georgia: University of Georgia Press.

Syas, M. (2015). Konstruksi Realitas Berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(Nomor 2 Mei-Agustus 2015), 124–134. Retrieved from <https://www.google.com/search?safe=strict&source=hp&ei=DBRuXPmZDMqNvQSajo3ACQ&q=Berita+merupakan+sebuah+rekonstruksi+realita.+Begitu+pun+dengan+pemberitaan+yang+dimuat+di+sejumlah++media+massa.++Dalam+membuat++berita%2C++seorang+jurnalis+melakukan+rekonst>

Uswatun, N. (2017). Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.Com. *Jurnal Komunikasi Global*, Volume 6, 74–89. Retrieved from <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JKG/article/view/9195>

West, Richard dan Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Humanika.